

บทที่ 2

แนวคิดทางทฤษฎีและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดทางทฤษฎี

ความหมายและประเภทของอุปสงค์

McConnell and Brue (อ้างถึงใน วิรุณศิริ ใจมา, 2553, หน้า 33) อธิบายว่า อุปสงค์ (demand) คือ รายการ (schedule) ที่แสดงถึงจำนวนต่าง ๆ ของสินค้าชนิดหนึ่ง ที่ผู้บริโภคเต็มใจซื้อและสามารถซื้อได้ในแต่ละระดับราคาที่เป็นไปได้ของสินค้าชนิดนั้น ณ ช่วงเวลาใดเวลาหนึ่ง เมื่อกำหนดให้สิ่งอื่น ๆ คงที่ แต่ถ้าหากพิจารณาเฉพาะจำนวนสินค้าชนิดใดชนิดหนึ่งที่ผู้บริโภคเต็มใจซื้อและสามารถซื้อได้ ณ ระดับราคาใดราคาหนึ่ง จะเรียกจำนวนสินค้า ณ ระดับราคาหนึ่ง ๆ นี้ว่า ปริมาณซื้อ (quantity demanded) ดังนั้น อาจกล่าวโดยย่อว่า อุปสงค์ คือ รายการที่แสดงปริมาณซื้อ ในทุกระดับราคาที่เป็นไปได้ ณ ช่วงเวลาใดเวลาหนึ่ง

Bade and Parkin (อ้างถึงใน วิรุณศิริ ใจมา, 2553, หน้า 34) อธิบายว่า ปริมาณซื้อจะวัดออกมาเป็นจำนวนสินค้าต่อหน่วยของเวลา (per unit of time) เช่น ปริมาณซื้อปากกาที่ระดับราคาค้ำละ 10 บาท เท่ากับ 250 ค้ำต่อเดือน เป็นต้น ซึ่งหน่วยของเวลาอาจเป็นได้ทั้งชั่วโมง วัน เดือนหรือปี หากไม่ระบุหน่วยของเวลา จำนวนที่แสดงถึงปริมาณซื้อจะไม่มี ความหมาย

อุปสงค์และปริมาณซื้อในทางเศรษฐศาสตร์มีความหมายแตกต่างจากความต้องการซื้อสินค้าในความหมายทั่วไป เนื่องจากอุปสงค์และปริมาณซื้อเป็นความต้องการซื้อที่มาจากความเต็มใจ (willing) และมีเงินที่จะซื้อหรือมีความสามารถซื้อ (able to purchase) ซึ่งอุปสงค์ในความหมายลักษณะนี้ถือว่าเป็น อุปสงค์ที่มีประสิทธิผล (effective demand)

จากความหมายของอุปสงค์ข้างต้น เป็นการพิจารณาถึงปริมาณซื้อสินค้าชนิดหนึ่งในแต่ละระดับราคาของสินค้าชนิดนั้น ดังนั้น จึงเรียกอุปสงค์ชนิดนี้ว่า อุปสงค์ต่อ

ราคา (price demand) แต่โดยทั่วไปแล้วในทางเศรษฐศาสตร์มักจะเรียกอุปสงค์ต่อราคา ในแบบย่อว่า อุปสงค์เท่านั้น ถ้าหากเป็นการพิจารณาถึงปริมาณซื้อสินค้าชนิดหนึ่ง ในแต่ละระดับรายได้ของผู้บริโภคจะเรียกอุปสงค์ชนิดนี้ว่า อุปสงค์ต่อรายได้ (income demand) และถ้าพิจารณาปริมาณซื้อสินค้าชนิดใดชนิดหนึ่งในแต่ละระดับราคาของ สินค้าชนิดอื่นจะเรียกอุปสงค์ชนิดนี้ว่า อุปสงค์ต่อราคาสินค้าชนิดอื่น (cross demand)

อุปสงค์ต่อรายได้ หมายถึง จำนวนต่าง ๆ ของสินค้าชนิดหนึ่ง que ผู้บริโภคเต็มใจ ซื้อและสามารถซื้อได้ในแต่ละระดับรายได้ของผู้บริโภค ณ ช่วงเวลาใดเวลาหนึ่ง เมื่อกำหนดให้สิ่งอื่น ๆ คงที่ ซึ่งปริมาณซื้อสินค้านี้จะขึ้นอยู่กับระดับรายได้ของผู้บริโภค โดยแสดงเป็นฟังก์ชันต่อไปนี้

$$Q_x = f(Y)$$

โดยที่

Q_x คือ ปริมาณซื้อของสินค้าชนิดใดชนิดหนึ่ง (สินค้า X)

Y คือ ระดับรายได้ของผู้บริโภค

อุปสงค์ต่อราคาสินค้าชนิดอื่น หมายถึง จำนวนต่าง ๆ ของสินค้าชนิดหนึ่ง ที่ผู้บริโภคเต็มใจซื้อและสามารถซื้อได้ในแต่ละระดับราคาของสินค้าชนิดอื่น ณ ช่วงเวลาใดเวลาหนึ่ง เมื่อกำหนดให้สิ่งอื่น ๆ คงที่ สินค้าชนิดอื่นนี้ หมายถึง สินค้าที่ใช้ทดแทนกัน (substitution) และสินค้าที่ใช้ประกอบกัน (complementary) ซึ่งปริมาณซื้อสินค้าชนิดหนึ่งจะขึ้นอยู่กับระดับราคาของสินค้าชนิดอื่น ดังแสดงในรูปของฟังก์ชันต่อไปนี้

$$Q_x = f(P_y)$$

โดยที่

Q_x คือ ปริมาณซื้อของสินค้าชนิดใดชนิดหนึ่ง (สินค้า X)

P_y คือ ระดับราคาของสินค้าชนิดอื่น (สินค้า Y)

กฎของอุปสงค์

กฎของอุปสงค์ คือ ทฤษฎีที่เกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างจำนวนสินค้าและความต้องการของผู้ซื้อ ความสามารถที่จะซื้อในช่วงเวลาหนึ่ง สังกัดได้จากที่เราให้ความสำคัญความสามารถในการซื้อสินค้า พอ ๆ กับความต้องการสินค้าที่มีความสามารถ

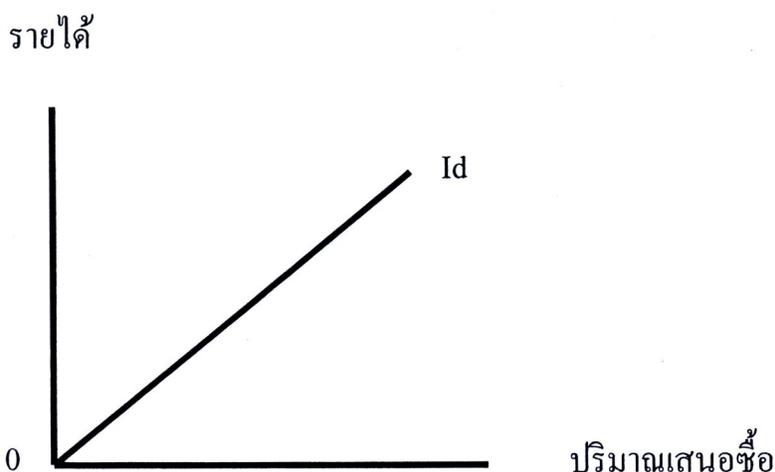
ในการจ่ายและสำคัญพอ ๆ กับความต้องการของสินค้า เพราะว่า ในทางเศรษฐศาสตร์ เราสนใจและทำนายพฤติกรรมการใช้จ่ายในตลาด ความต้องการที่ไม่มีขีดจำกัดไม่สามารถสังเกตได้ในตลาด เพราะว่า เราจะไม่ซื้อสินค้ามากกว่าราคาที่เรายอมรับได้หรือราคาจำหน่ายของสินค้า พวกเราสนใจในความต้องการของผู้ซื้อสินค้า ซึ่งสามารถส่งผลกระทบต่อการใช้จ่ายได้ ดังนั้น ข้อเสนอพื้นฐานตามกฎของอุปสงค์ คือ ราคาสินค้าที่มีมูลค่าต่ำกว่าสินค้าและบริการ จำนวนของความต้องการจะมีปริมาณมากในช่วงเวลานั้น ๆ ในทางกลับกัน ราคาสินค้าที่สูง จำนวนความต้องการจะน้อยในช่วงเวลานั้น ๆ ทั้งหมดทั้งมวลยังคงเหมือนกัน ยกตัวอย่างเช่น กฎของอุปสงค์ ทำนายว่า ราคาของสต็อกที่ต่ำกว่า จะทำให้มีความต้องการของสต็อกและสามารถขายได้ในปีนั้น ๆ เหมือนดังกล่าวนำข้างต้น กฎของอุปสงค์ ถูกยืนยันหลาย ๆ ครั้ง โดยการเฝ้าดูพฤติกรรมของตลาด ธุรกิจที่มีการขายตัดราคาสินค้าหรือลดราคาสินค้าและจำนวนที่ขายนั้นสูงขึ้น ถ้าราคาของสต็อกนั้นสูงขึ้น จำนวนของสินค้าที่ขายได้จะลดลง เพราะเหตุใด สำหรับสินค้าต่าง ๆ และสินค้าอื่น ๆ ที่สามารถทำให้พึงพอใจในความต้องการได้ เมื่อราคาสต็อกสูงขึ้น ราคาสินค้าของหมู เนื้อหมู ราคาเนื้อหมูสับ ราคาเนื้อลูกแกะสับและแฮมเบอร์เกอร์ไม่เปลี่ยนแปลง พวกเนื้อเหล่านี้ ยังคงถูกกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับเนื้อสต็อก ดังนั้น ผู้ซื้อจะซื้อสินค้าเหล่านี้มากและจะซื้อเนื้อสต็อกน้อย เนื้อเหล่านี้จะมาแทนที่สต็อก ถึงแม้ว่ามันจะไม่ใช่เนื้อสต็อกก็ตาม และยังคงมีเนื้อชนิดอื่น ๆ ที่เป็นแบบนี้เช่นกัน (Waud, 1983, pp. 66-67)

ปัจจัยกำหนดอุปสงค์

ปรีดา นาคเนาทิม (2541, หน้า 169-175) อธิบายว่า อุปสงค์ในสินค้าชนิดใดชนิดหนึ่ง จะมีมากหรือน้อยเพียงใดขึ้นอยู่กับราคาของสินค้าชนิดนั้น ๆ เพียงอย่างเดียว หากยังขึ้นอยู่กับปัจจัยอื่น ๆ อีกหลายอย่างประกอบกัน เช่น รายได้ของผู้ซื้อ รสนิยมของผู้ซื้อ ราคาของสินค้าอื่นที่เกี่ยวข้อง การกระจายรายได้ และจำนวนผู้ซื้อในตลาด เป็นต้น

ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับปริมาณซื้อ เนื่องจากรายได้เป็นปัจจัยสำคัญชนิดหนึ่ง ที่มีอิทธิพลต่อการเสนอซื้อสินค้าและบริการต่าง ๆ ดังนั้น เมื่อกำหนดให้รายได้ของผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงไป ขณะที่สิ่งอื่น ๆ อยู่คงที่ จึงสามารถที่จะหาความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับปริมาณเสนอซื้อของสินค้าหรือบริการได้ การพิจารณาความสัมพันธ์

ดังกล่าว อาจแยกพิจารณาได้ 2 กรณีด้วยกัน คือ กรณีที่เป็นสินค้าปกติ (normal goods) กับกรณีที่เป็นสินค้าด้อยคุณภาพ (inferior goods)



ภาพ 2 เส้นแสดงความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับปริมาณเสนอซื้อของสินค้าปกติ
ที่มา. จาก เศรษฐศาสตร์จุลภาค 1 (หน้า 175), โดย ปรีดา นาคเนาทิม, 2541, กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

สินค้าปกติ (normal goods) ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับปริมาณสินค้าเสนอซื้อของสินค้าปกติจะเป็นไปในทางเดียวกัน กล่าวคือ เมื่อรายได้สูงขึ้น ปริมาณเสนอซื้อจะมีมากขึ้นและในทางกลับกัน เมื่อผู้บริโภคมีรายได้ลดลง ปริมาณเสนอซื้อก็จะมีย่อยลงด้วย ในกรณีนี้ ถ้านำข้อมูลรายได้ของผู้บริโภคกับปริมาณเสนอซื้อไปสร้างเส้นกราฟ ก็จะได้เส้นที่แสดงความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับปริมาณเสนอซื้อที่มีลักษณะที่ทอดขึ้นจากซ้ายไปขวา โดยมีความชัน (slope) เป็นบวก (ดูภาพ 2)

สินค้าด้อยคุณภาพ (inferior goods) ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับปริมาณเสนอซื้อสินค้าด้อยคุณภาพจะเป็นไปในทิศทางตรงกันข้าม กล่าวคือ ถ้ารายได้ของผู้บริโภคสูงขึ้น ปริมาณเสนอซื้อสินค้าและบริการประเภทนี้จะลดลง

ความสัมพันธ์ระหว่างราคาสินค้าชนิดใดชนิดหนึ่งกับปริมาณเสนอซื้อสินค้าอีกชนิดหนึ่ง ความสัมพันธ์ระหว่าง “ราคาสินค้าชนิดหนึ่ง” กับ “ปริมาณเสนอซื้อของสินค้าอีกชนิดหนึ่ง” อาจเป็นไปได้ 2 กรณี คือ กรณีที่สินค้าสองชนิดนั้นต้องใช้ประกอบกัน

(complementary demand) หรือเป็นสินค้าที่ใช้ทดแทนกันได้ (competitive demand)

กรณีที่สินค้าสองชนิดเป็นสินค้าที่ใช้ประกอบกัน เมื่อราคาของสินค้าชนิดหนึ่งเปลี่ยนแปลงไปไม่ว่าจะสูงขึ้นหรือลดลงก็ตาม จะมีผลทำให้ปริมาณเสนอซื้อของสินค้าอีกชนิดหนึ่งลดลงหรือมากขึ้น ตามลำดับ

แต่ถ้าเป็นกรณีที่สินค้าสองชนิดเป็นสินค้าที่ต้องใช้ทดแทนกัน เมื่อราคาสินค้าชนิดหนึ่งสูงขึ้นหรือลดลง ก็จะมีผลทำให้ปริมาณเสนอซื้อของสินค้าอีกชนิดหนึ่งสูงขึ้นหรือลดลง ตามลำดับ

สรุปได้ว่า ถ้าสินค้าสองชนิดมีความสัมพันธ์กันในลักษณะที่ต้องใช้ประกอบกัน ความสัมพันธ์ระหว่างราคาสินค้าชนิดหนึ่งกับปริมาณเสนอซื้อของสินค้าอีกชนิดหนึ่งจะเป็นไปในทางตรงกันข้าม แต่ถ้าสินค้าสองชนิดเป็นสินค้าที่ใช้ทดแทนกันได้ ราคาสินค้าชนิดหนึ่งกับปริมาณเสนอซื้อของสินค้าอีกชนิดหนึ่ง จะมีความสัมพันธ์ไปในทางเดียวกัน

อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ คือ ค่าหรือราคาของเงินตราต่างประเทศ สกุลใดสกุลหนึ่ง คิดเป็นราคาของเงินตราภายในประเทศ เช่น อัตราแลกเปลี่ยนระหว่างเงินสหรัฐฯ กับเงินไทย ณ วันที่ 1 พฤศจิกายน พ.ศ. 2527 เท่ากับ 23.05 บาทต่อหนึ่งเหรียญสหรัฐฯ และวันที่ 7 พฤศจิกายน พ.ศ. 2527 เท่ากับ 26.94 บาทต่อหนึ่งเหรียญสหรัฐฯ (มังสรรพ์ ขาวสอาด, 2528, หน้า VIII 1-VIII 2)

เงินตราต่างประเทศสกุลหนึ่งย่อมจะมีราคาแพงขึ้น ถ้าอุปสงค์ที่มีต่อเงินตราสกุลนั้นเพิ่มขึ้น ในทำนองเดียวกัน ราคาของเงินตราดังกล่าวจะถูกลง ถ้าอุปสงค์ที่มีต่อเงินตรานั้นลดลง ฉะนั้น อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศจึงขึ้นอยู่กับอุปสงค์และอุปทานของเงินตราที่เกี่ยวข้อง

อุปสงค์ของเงินตราต่างประเทศเกิดขึ้นจากความต้องการที่จะนำมาใช้ในการชำระค่าสินค้าขาเข้าและหนี้สินอื่น ๆ ส่วนอุปทานของเงินตราต่างประเทศก็เกิดจากการขายสินค้าออกหรือจากการรับชำระหนี้ค่าขนส่งสินค้าออกหรือเกิดจากการชำระหนี้สินอื่น ๆ จากต่างประเทศ หากอุปสงค์ของเงินตราสกุลใดมากกว่าอุปทานอัตราแลกเปลี่ยนของเงินสกุลนั้นหรือราคาของเงินสกุลนั้นก็สูง



ฉะนั้น ถ้าอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศลดลง ราคาสินค้าเข้าย่อมถูกลง เมื่อราคาสินค้าเข้าถูกลง อุปสงค์ของสินค้าเข้าย่อมมีมากขึ้น (ถ้าปัจจัยอื่น ๆ เช่น รายได้ ประชาชน รสนิยมของผู้บริโภคและราคาต้นทุนการผลิตสินค้าไม่เปลี่ยนแปลง) เมื่ออุปสงค์ของสินค้าเข้ามีมากขึ้น อุปสงค์ของเงินตราต่างประเทศย่อมมีมากขึ้น เพราะต้องการนำมาชำระค่าสินค้าเข้า ในทางตรงกันข้ามถ้าอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศสูงขึ้น ราคาสินค้าเข้าแพงขึ้นและอุปสงค์สินค้าเข้าย่อมลดลง เมื่อปัจจัยอื่น ๆ ไม่เปลี่ยนแปลง ซึ่งจะทำให้อุปสงค์ของเงินตราต่างประเทศลดลงด้วย ฉะนั้น เส้นอุปสงค์ของเงินตราต่างประเทศจึงเริ่มจากซ้ายแล้วลดต่ำลงมาทางขวามือ

สำหรับสินค้าออก ถ้าอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศสูงขึ้น สินค้าออกของประเทศจะถูกกลงเมื่อเทียบกับสินค้าของประเทศอื่น ทำให้สามารถส่งสินค้าออกได้มากขึ้น และอุปทานของเงินตราต่างประเทศย่อมมีมากขึ้น เพราะการส่งสินค้าออกมากขึ้น ในทางตรงกันข้าม ถ้าอัตราแลกเปลี่ยนลดลง สินค้าออกจะมีราคาแพงขึ้นเมื่อเทียบกับสินค้าออกประเทศอื่น ทำให้การส่งสินค้าออกลดลง อุปทานของเงินตราต่างประเทศย่อมลดลงด้วย ฉะนั้น เส้นอุปทานของเงินตราต่างประเทศจึงเริ่มจากซ้ายมือแล้วสูงขึ้นไปทางขวามือ

นอกจากปัจจัยต่าง ๆ ข้างต้นแล้ว การที่ผู้บริโภคจะมีอุปสงค์ของสินค้าน้อยเพียงใด ยังขึ้นอยู่กับปัจจัยอื่น ๆ อีกมากมาย เช่น อุปนิสัยในการใช้จ่ายและการออมของผู้บริโภค ลักษณะการจัดเก็บภาษีของรัฐและอัตราดอกเบี้ยในท้องตลาด เป็นต้น ถ้าผู้บริโภคมีนิสัยมัธยัสถ์ ก็จะมีอุปสงค์ของสินค้าน้อย แต่ถ้ามีนิสัยสุรุ่ยสุร่าย ก็จะมีอุปสงค์ของสินค้ามาก หรือถ้ารัฐบาลเรียกเก็บภาษีในอัตราสูง ประชาชนก็จะมีรายได้ที่จะใช้จ่ายซื้อสินค้าน้อยลง อุปสงค์ของสินค้าก็จะน้อยลง นอกจากนี้ อัตราดอกเบี้ยในท้องตลาด ก็มีอิทธิพลอย่างมากต่ออุปสงค์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งอุปสงค์สินค้าที่ซื้อขายเงินผ่อน ถ้าอัตราดอกเบี้ยต่ำ นอกจากจะช่วยให้ประชาชนออมทรัพย์แล้ว ยังส่งเสริมให้ผู้บริโภคจ่ายซื้อสินค้าเงินผ่อนมากขึ้นด้วย

จากปัจจัยกำหนดอุปสงค์ดังกล่าว พอที่จะนำมาเขียนเป็นฟังก์ชันอุปสงค์ (demand function) ได้ดังนี้ (ปริดา นาคเนาทิม, 2541, หน้า 170)

สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ
12 ต.ค. 2556
วันที่.....
เลขทะเบียน..... 209176
เลขเรียกหนังสือ.....

$$Q_x = f(P_x, I, P_y, T, \dots)$$

กำหนดให้

Q_x คือ ปริมาณซื้อของสินค้า X

P_x คือ ราคาซื้อของสินค้า X

I คือ รายได้ของผู้ซื้อ

P_y คือ ราคาซื้อของสินค้า Y

ถึงแม้ว่าฟังก์ชันอุปสงค์ จะแสดงให้เห็นว่า ปริมาณซื้อของสินค้า X จะมีมากหรือน้อยขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายอย่างประกอบกันดังกล่าวแล้วก็ตาม แต่เนื่องจากเวลาอธิบายไม่สามารถที่จะแสดงให้เห็นพร้อม ๆ กันได้ว่า ปัจจัยแต่ละตัวมีส่วนกำหนดปริมาณซื้อ มากน้อยเพียงใด ดังนั้น เวลาอธิบายทางเศรษฐศาสตร์ จึงมักอธิบายความสัมพันธ์ของตัวแปรเพียง 2 ตัว ส่วนตัวแปรอื่น ๆ จะสมมติให้อยู่คงที่ คือ ไม่มีส่วนเข้ามากำหนดปริมาณซื้อด้วย

ความหมายของความยืดหยุ่น

Colander (อ้างถึงใน วิรุณศิริ ใจมา, 2553, หน้า 77-78) อธิบายว่า ความยืดหยุ่น (elasticity) หมายถึง การวัดการตอบสนองของตัวแปรหนึ่งต่ออีกตัวแปรหนึ่ง ดังนั้น ความยืดหยุ่นเป็นการวัดสัดส่วนหรือร้อยละการเปลี่ยนแปลงในตัวแปรหนึ่ง ซึ่งมีความสัมพันธ์กับสัดส่วนการเปลี่ยนแปลงของอีกตัวแปรหนึ่ง

ความยืดหยุ่นในทางเศรษฐศาสตร์ เป็นแนวคิดกว้าง ๆ ที่อธิบายถึง สัดส่วนการเปลี่ยนแปลงในปริมาณซื้อสินค้า ซึ่งมีความสัมพันธ์กับสัดส่วนการเปลี่ยนแปลงของราคาสินค้าหรือกับสัดส่วนการเปลี่ยนแปลงของปัจจัยอื่นที่กำหนด เช่น รายได้หรือราคาสินค้าชนิดอื่น เป็นต้น

เราสามารถหาค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์ประเภทต่าง ๆ ได้ดังนี้ (ธรรมนุญ โสภารัตน์, 2538, หน้า 39)

1. ความยืดหยุ่นของราคา (price elasticity of demand)
2. ความยืดหยุ่นของรายได้ (income elasticity of demand)
3. ความยืดหยุ่นไขว้ (cross elasticity of demand)

ความหมายของค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์

จากสูตรและความหมายของความยืดหยุ่นของอุปสงค์ เป็นการเทียบค่าร้อยละของการเปลี่ยนแปลงของปริมาณซื้อของผู้บริโภคกับค่าร้อยละของการเปลี่ยนแปลงของราคาสินค้า โดยราคาสินค้า เป็นเหตุ ส่วนปริมาณซื้อ เป็นผล ดังนั้น เมื่อคำนวณได้แล้ว จะได้ความหมายของ (1) ความยืดหยุ่นสมบูรณ์ (2) ยืดหยุ่นมาก (3) ยืดหยุ่นคงที่ (4) ยืดหยุ่นน้อย และ (5) ยืดหยุ่นเป็นศูนย์ ตามลำดับ ซึ่งหมายถึง (ธรรมนุญ โสภารัตน์, 2538, หน้า 54-55)

1. ราคาสินค้าเปลี่ยนแปลงร้อยละ 1 ปริมาณซื้อเปลี่ยนแปลงไปเท่ากับค่าอนันต์
2. ราคาสินค้าเปลี่ยนแปลงร้อยละ 1 ปริมาณซื้อเปลี่ยนแปลงไปมากกว่าร้อยละ 1
3. ราคาสินค้าเปลี่ยนแปลงร้อยละ 1 ปริมาณซื้อเปลี่ยนแปลงไปเท่ากับร้อยละ 1
4. ราคาสินค้าเปลี่ยนแปลงร้อยละ 1 ปริมาณซื้อเปลี่ยนแปลงไปน้อยกว่าร้อยละ 1
5. ราคาสินค้าเปลี่ยนแปลงร้อยละ 1 ปริมาณซื้อเปลี่ยนแปลงไปเท่ากับ 0

ความยืดหยุ่นของรายได้ (income elasticity of demand) ร้อยละ 1 จะมีผลต่อปริมาณซื้อสินค้าประเภทนั้น ๆ ร้อยละเท่าไร ในการคำนวณจะได้ค่าเป็นบวกหรือลบหรือมากกว่า 1 โดยค่าดังกล่าว จะแสดงประเภทของสินค้าที่วางขายในตลาด โดยมี ความหมายดังนี้ (ธรรมนุญ โสภารัตน์, 2538, หน้า 53-54)

1. ถ้าความยืดหยุ่นของรายได้เป็นบวก สินค้าชนิดนั้น เป็นสินค้าปกติ
2. ถ้าความยืดหยุ่นของรายได้มีค่ามากกว่า 1 สินค้าชนิดนั้น เป็นสินค้าฟุ่มเฟือย
3. ถ้าความยืดหยุ่นของรายได้มีค่าเป็นลบ สินค้าชนิดนั้น เป็นสินค้าต่ำต้อย

สำหรับความยืดหยุ่นไขว้ (cross elasticity) นั้น ค่าที่คำนวณได้จะแสดงประเภทของสินค้าสองชนิดที่นำมาคำนวณ โดยยึดหลักต่อไปนี้ ทั้งนี้ สินค้าที่ได้ อาจจะเป็นสินค้าทดแทนกัน สินค้าประกอบกันหรือสินค้าที่ไม่สัมพันธ์กันเลย โดยมีความหมายดังนี้

1. ความยืดหยุ่นไขว้ของ X กับ Y เป็นบวก แสดงว่า เป็นสินค้าทดแทน
2. ความยืดหยุ่นไขว้ของ X กับ Y เป็นลบ แสดงว่า เป็นสินค้าประกอบกัน
3. ความยืดหยุ่นไขว้ของ X กับ Y เป็น 0 แสดงว่า สินค้าไม่สัมพันธ์กัน

วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

พรยศ วรรณนะสาร (2543) ศึกษาเรื่อง การวิเคราะห์อุปสงค์เครื่องสุขภัณฑ์ ในประเทศและจากต่างประเทศ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยกำหนดอุปสงค์เครื่องสุขภัณฑ์ในประเทศและจากต่างประเทศ โดยใช้ข้อมูลทศนิยม ประเภทอนุกรมเวลารายปี ระหว่างปี พ.ศ. 2525-2541 รวมระยะเวลา 17 ปี สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบจำลอง เศรษฐมิติ ในรูปแบบสมการถดถอยเชิงซ้อนและใช้โปรแกรมสำเร็จรูป Econometric Views ทำการประมาณค่าสัมประสิทธิ์แบบกำลังสองน้อยที่สุด ได้ผลการศึกษา ดังต่อไปนี้

1. อุปสงค์เครื่องสุขภัณฑ์ในประเทศ

$$\text{LnD}_1 = -1.92 - 0.46\text{LnP}_1 + 1.63\text{LnY}_1$$

(-2.15)*** (12.78)***

$$R^2 = 0.96$$

$$\text{Durbin-Watson} = 0.94$$

$$F \text{ statistic} = 148.99***$$

กำหนดให้

***มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 99

ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างอุปสงค์เครื่องสุขภัณฑ์ในประเทศ (D_1) หรือตัวแปรตามกับตัวแปรอิสระพบว่า ตัวแปรตาม มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามกับราคาเครื่องสุขภัณฑ์ (P_1) ส่วนตัวแปรตาม มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับรายได้เฉลี่ยต่อบุคคลที่แท้จริง (Y_1)

2. อุปสงค์เครื่องสุขภัณฑ์จากประเทศญี่ปุ่น

$$\text{LnD}_2 = -114.95 - 3.40\text{LnP}_2 + 14.62\text{LnY}_2$$

(-6.397)*** (7.13)***

$$R^2 = 0.89$$

$$\text{Durbin-Watson} = 1.42$$

$$F \text{ statistic} = 57.11***$$

กำหนดให้

***มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 99

ผลการศึกษาคือความสัมพันธ์ระหว่างอุปสงค์เครื่องสุขภัณฑ์จากประเทศญี่ปุ่น (D_2) หรือตัวแปรตามกับตัวแปรอิสระพบว่า ตัวแปรตาม มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามกับราคาส่งออกเครื่องสุขภัณฑ์ไทย (P_2) ส่วนตัวแปรตาม มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับรายได้เฉลี่ยต่อบุคคลประเทศญี่ปุ่น (Y_2)

เสาวนีย์ ภัทโรวาสน์ (2543) ศึกษาเรื่อง การวิเคราะห์อุปสงค์การส่งออกผลิตภัณฑ์ยางไทย มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยกำหนดอุปสงค์การส่งออกผลิตภัณฑ์ยางไทย โดยใช้ข้อมูลทศนิยม ประเภทอนุกรมเวลา รายปี ระหว่างปี พ.ศ. 2527-2541 รวมระยะเวลา 15 ปี สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูล จากแบบจำลองเศรษฐมิติ ในรูปแบบสมการถดถอยเชิงซ้อน และใช้โปรแกรมสำเร็จรูป Econometric Views ทำการประมาณค่าสัมประสิทธิ์แบบกำลังสองน้อยที่สุด ได้ผลการศึกษาดังต่อไปนี้

1. อุปสงค์การส่งออกยางรถจักรยานยนต์ไทยไปยังประเทศอิตาลี

$$\text{Ln}D_1 = -29.56 - 3.86\text{Ln}P_1 + 24.66\text{Ln}Y_1 - 1.67\text{Ln}EX_2$$

$$(-2.20) \quad (-1.90)^* \quad (3.84)^{***} \quad (-1.30)$$

$$R^2 = 0.77$$

$$\text{Durbin-Watson} = 1.86$$

$$F \text{ statistic} = 11.25^{***}$$

กำหนดให้

*มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 90

***มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 99

ผลการศึกษาคือความสัมพันธ์ระหว่างอุปสงค์การส่งออกยางรถจักรยานยนต์ไทยไปยังประเทศอิตาลี (D_1) หรือตัวแปรตามกับตัวแปรอิสระพบว่า ตัวแปรตามมีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามกับราคาส่งออกยางรถจักรยานยนต์ไทยไปยังประเทศอิตาลี (P_1) และอัตราแลกเปลี่ยนประเทศอินโดนีเซีย (EX_2) ส่วนตัวแปรตาม มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับรายได้ประชาชาติปรับด้วยดัชนีราคาผู้บริโภคประเทศอิตาลี (Y_1)

2. อุปสงค์การส่งออกยางรถไทยไปยังประเทศฝรั่งเศส

$$\text{Ln}D_2 = 4.21 - 0.24\text{Ln}P_2 + 2.19\text{Ln}Y_2$$

$$(1.26) \quad (-2.26)^{**} \quad (3.31)^{***}$$

$$R^2 = 0.70$$

$$\text{Durbin-Watson} = 1.46$$

$$F \text{ statistic} = 14.00***$$

กำหนดให้

**มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95

***มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 99

ผลการศึกษาคือความสัมพันธ์ระหว่างอุปสงค์การส่งออกยางรัดไทยไปยังประเทศฝรั่งเศส (D_2) หรือตัวแปรตามกับตัวแปรอิสระพบว่า ตัวแปรตาม มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามกับราคาส่งออกยางรัดไทยไปยังประเทศฝรั่งเศส (P_2) ส่วนตัวแปรตาม มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับรายได้ประชาชาติปรับด้วยดัชนีราคาผู้บริโภค ประเทศฝรั่งเศส (Y_2)

ปราณี จันทรมณี (2546) ศึกษาเรื่อง การวิเคราะห์อุปสงค์สินค้าส่งออกสำคัญของไทยไปยังกลุ่มประเทศอาเซียน มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยกำหนดอุปสงค์สินค้าส่งออกสำคัญของไทยไปยังกลุ่มประเทศอาเซียน โดยใช้ข้อมูลทศนิยมปี ประเภทอนุกรมเวลา รายไตรมาส ระหว่างไตรมาสที่ 1 ปี พ.ศ. 2540 ถึงไตรมาสที่ 4 ปี พ.ศ. 2544 รวมระยะเวลา 20 ไตรมาส สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูล จากแบบจำลองเศรษฐมิติในรูปแบบสมการถดถอยเชิงซ้อนและใช้โปรแกรมสำเร็จรูป Econometric views ทำการประมาณค่าสัมประสิทธิ์แบบกำลังสองน้อยที่สุด ได้ผลการศึกษาดังต่อไปนี้

1. อุปสงค์การส่งออกส่วนประกอบคอมพิวเตอร์ไทยไปยังประเทศมาเลเซีย

$$D_1 = 1.43 - 0.76P_1 - 0.61 P_2$$

$$(0.67) (-8.12)*** (-2.63)**$$

$$R^2 = 0.84$$

$$\text{Durbin-Watson} = 2.06$$

$$F \text{ statistic} = 19.98***$$

กำหนดให้

**มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95

***มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 99

ผลการศึกษาคือความสัมพันธ์ระหว่างอุปสงค์การส่งออกส่วนประกอบคอมพิวเตอร์ไทยไปยังประเทศมาเลเซีย (D_1) หรือตัวแปรตามกับตัวแปรอิสระพบว่า ตัวแปรตาม

มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามกับราคาส่งออกส่วนประกอบคอมพิวเตอร์ไทย
ต่อดัชนีราคาผู้บริโภคประเทศมาเลเซีย (P_1) และราคาส่งออกส่วนประกอบคอมพิวเตอร์
ประเทศญี่ปุ่นต่อดัชนีราคาผู้บริโภคประเทศมาเลเซีย (P_9)

2. อุปสงค์การส่งออกส่วนประกอบรถยนต์ไทยไปยังประเทศอินโดนีเซีย

$$D_3 = -19.21 - 0.91P_3 - 4.30P_4$$

$$(-5.26) \quad (-2.42)** \quad (-6.36)***$$

$$R^2 = 0.83 \quad \text{Durbin-Watson} = 1.93$$

$$F \text{ statistic} = 41.48***$$

กำหนดให้

**มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95

***มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 99

ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างอุปสงค์การส่งออกส่วนประกอบรถยนต์
ไทยไปยังประเทศอินโดนีเซีย (D_3) หรือตัวแปรตามกับตัวแปรอิสระพบว่า ตัวแปรตาม
มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามกับราคาส่งออกส่วนประกอบรถยนต์ไทยต่อดัชนี
ราคาผู้บริโภคประเทศอินโดนีเซีย (P_3) และราคาส่งออกส่วนประกอบรถยนต์ประเทศ-
ญี่ปุ่นต่อดัชนีราคาผู้บริโภคประเทศอินโดนีเซีย (P_4)

ชนพล ฤทธิจันทร์ (2547) ศึกษาเรื่อง การวิเคราะห์อุปสงค์รถยนต์นั่งและรถปิกอัพ
ในประเทศไทย มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยกำหนดอุปสงค์รถยนต์ในประเทศไทย
โดยใช้ข้อมูลทศนิยม ประเภทอนุกรมเวลา รายปี ระหว่างปี พ.ศ. 2531-2546 รวม
ระยะเวลา 16 ปี สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูล จากแบบจำลองเศรษฐมิติ ในรูปแบบสมการ
ถดถอยเชิงซ้อนและใช้โปรแกรมสำเร็จรูป Econometric Views ทำการประมาณค่า
สัมประสิทธิ์แบบกำลังสองน้อยที่สุด ได้ผลการศึกษาดังต่อไปนี้

1. อุปสงค์รถยนต์นั่งญี่ปุ่นในประเทศไทย

$$D_1 = 167704.9 - 0.46P_1 + 5.99Y + 5.63E-08C - 5038.37R$$

$$(4.72) \quad (-5.9)*** \quad (7.39)*** \quad (9.55)*** \quad (-5.10)***$$

$$R^2 = 0.97 \quad \text{Durbin-Watson} = 2.29$$

$$F \text{ statistic} = 55.11***$$

กำหนดให้

***มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 99

ผลการศึกษาคือความสัมพันธ์ระหว่างอุปสงค์รถยนต์นั่งญี่ปุ่นในประเทศไทย (D_1) หรือตัวแปรตามกับตัวแปรอิสระพบว่า ตัวแปรตาม มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามกับราคาเครื่องยนต์นั่งญี่ปุ่น (P_1) และอัตราดอกเบี้ยเช่าซื้อรถยนต์ (R) ส่วนตัวแปรตาม มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับรายได้เฉลี่ยต่อบุคคล (Y) และปริมาณสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ (C)

2. อุปสงค์รถยนต์นั่งยุโรปในประเทศไทย

$$D_2 = 34838.93 - 0.02P_2 + 0.54Y + 1.46E-08C$$

$$(5.99) \quad (-7.47)^{***} \quad (2.88)^{**} \quad (4.85)^{***}$$

$$R^2 = 0.92$$

$$\text{Durbin-Watson} = 2.14$$

$$F \text{ statistic} = 30.14^{***}$$

กำหนดให้

**มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95

***มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 99

ผลการศึกษาคือความสัมพันธ์ระหว่างอุปสงค์รถยนต์นั่งยุโรปในประเทศไทย (D_2) หรือตัวแปรตามกับตัวแปรอิสระพบว่า ตัวแปรตาม มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามกับราคาเครื่องยนต์นั่งยุโรป (P_2) ส่วนตัวแปรตาม มีความสัมพันธ์ ในทิศทางเดียวกันกับรายได้เฉลี่ยต่อบุคคล (Y) และปริมาณสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ (C)

3. อุปสงค์รถปิกอัพในประเทศไทย

$$D_3 = -52597.46 - 0.15P_3 + 4.67Y + 1.61E-07C$$

$$(-2.65) \quad (-4.35)^{***} \quad (6.70)^{***} \quad (15.24)^{***}$$

$$R^2 = 0.98$$

$$\text{Durbin-Watson} = 2.01$$

$$F \text{ statistic} = 84.11^{***}$$

กำหนดให้

***มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 99

ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างอุปสงค์รถปิกอัพในประเทศไทย (D_3) หรือตัวแปรตามกับตัวแปรอิสระพบว่า ตัวแปรตาม มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามกับราคาการปิกอัพ (P_3) ส่วนตัวแปรตาม มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับรายได้เฉลี่ยต่อบุคคล (Y) และปริมาณสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ (C)

ศิริวรรณ เทพทวี (2553) ศึกษาเรื่อง การวิเคราะห์อุปสงค์รถยนต์นั่งส่วนบุคคลในประเทศไทย มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยกำหนดอุปสงค์รถยนต์นั่งส่วนบุคคลในประเทศไทย โดยใช้ข้อมูลทศนิยมปี ประเภทอนุกรมเวลา รายปี ระหว่างปี พ.ศ. 2533-2551 รวมระยะเวลา 19 ปี สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูล จากแบบจำลองเศรษฐมิติในรูปแบบสมการถดถอยเชิงซ้อนและใช้โปรแกรมสำเร็จรูป Econometric Views ทำการประมาณค่าสัมประสิทธิ์แบบกำลังสองน้อยที่สุด ได้ผลการศึกษาดังต่อไปนี้

อุปสงค์รถยนต์นั่งส่วนบุคคลในประเทศไทย

$$\text{LnD} = -28.32 + 1.66\text{LnP} + 1.90\text{LnY} + 0.33\text{LnI} - 0.18\text{LnR} - 1.12\text{LnO}$$

$$(-3.70) \quad (2.97)** \quad (7.85)*** \quad (4.93)*** \quad (-0.91) \quad (-4.74)***$$

$$R^2 = 0.91$$

$$\text{Durbin-Watson} = 2.04$$

$$F \text{ statistic} = 25.20***$$

กำหนดให้

**มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95

***มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 99

ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างอุปสงค์รถยนต์นั่งส่วนบุคคลในประเทศไทย (D) หรือตัวแปรตามกับตัวแปรอิสระพบว่า ตัวแปรตาม มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามกับอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ธนาคารพาณิชย์ (R) และราคาน้ำมันเบนซิน (O) ส่วนตัวแปรตาม มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับราคาการรถยนต์นั่งส่วนบุคคล (P) รายได้เฉลี่ยต่อบุคคล (Y) และอัตราเงินเฟ้อ (I)